

## kate spade 情人节创艺营销案例

广告主：kate spade

所属行业：服饰箱包

执行时间：2019.05-08

参选类别：电商营销类

### 营销背景

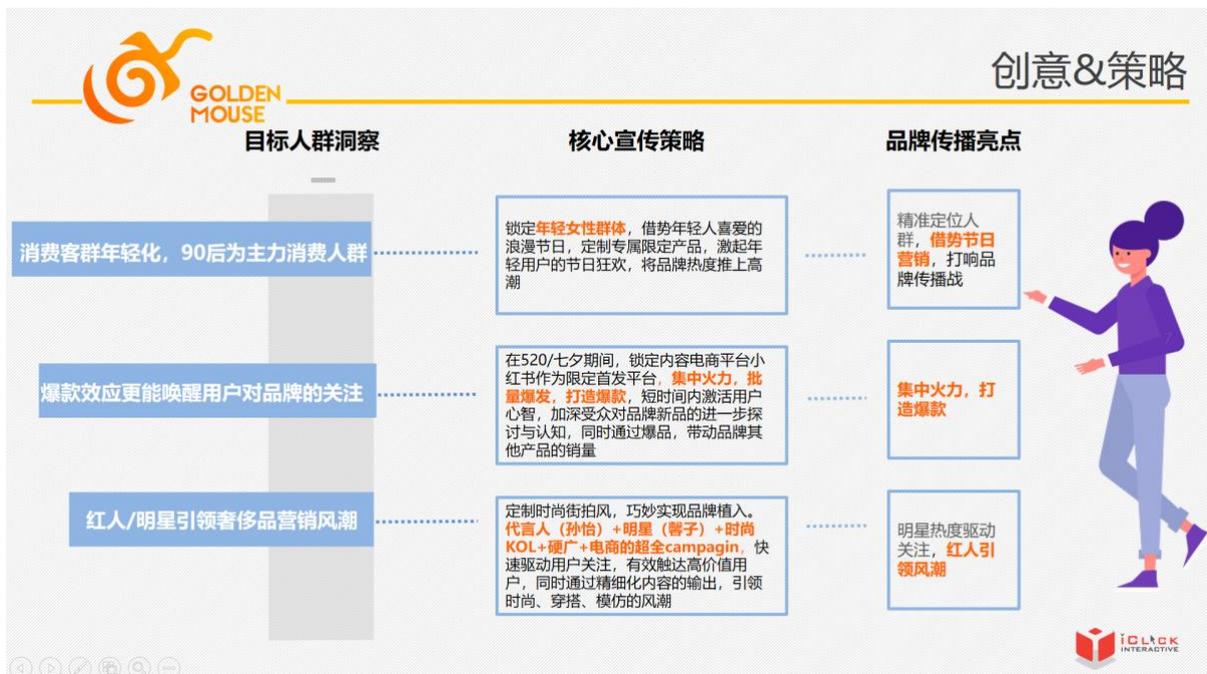
kate spade new york——全球时尚及生活方式品牌，拥有手袋，服装，首饰，鞋履，配饰和居家装饰等多个产品系列。

kate spade 首次在中国开始尝试电商业务。并在我司推进下，携手小红书电商平台达成深度合作，开展以“unlock your heart”概念为延续的营销活动，开启在中国市场红人社交营销的尝试。

### 营销目标

制造话题热点，引发大众关注；借势节日营销（520&七夕），实现品牌传播；借力红人营销，实现内容种草、拓客引流、销售转化

### 策略与创意

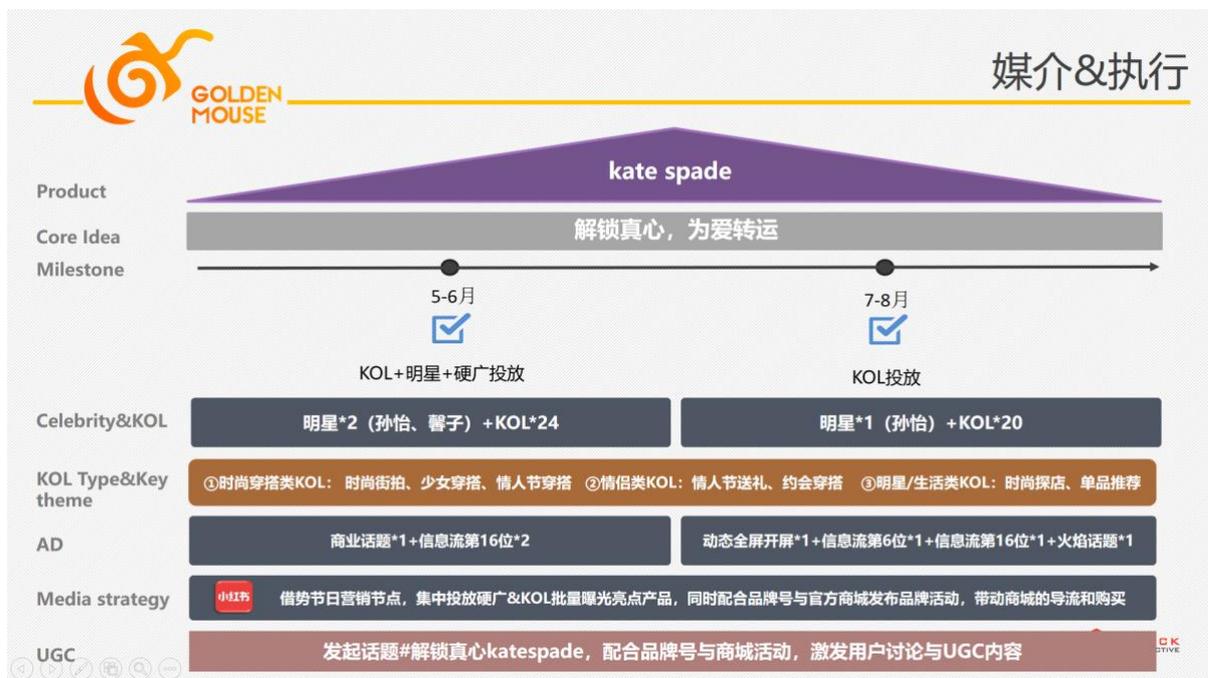


锁定年轻女性群体，借势年轻人喜爱的浪漫节日，定制专属限定产品，激起年轻用户的节日狂欢，将品牌热度推上高潮；

在 520/七夕期间，锁定内容电商平台小红书作为限定首发平台，集中火力，批量爆发，打造爆款，短时间内激活用户心智，加深受众对品牌新品的进一步探讨与认知，同时通过爆品，带动品牌其他产品的销量；

定制时尚街拍风，巧妙实现品牌植入。 代言人（孙怡）+明星（馨子）+时尚 KOL+硬广+电商的超全 campaign，快速驱动用户关注，有效触达高价值用户，同时通过精细化内容的输出，引领时尚、穿搭、模仿的风潮。

## 执行过程/媒体表现



5-6月：KOL+明星+硬广投放，借势节日营销节点，集中投放硬广&KOL 批量曝光亮点产品，同时配合品牌号与官方商城发布品牌活动，带动商城的导流和购买。

7-8月：KOL 投放，发起话题#解锁真心 katespade，配合品牌号与商城活动，激发用户讨论与 UGC 内容。

## 营销效果与市场反馈

通过#解锁真心 kate spade#品牌话题，聚合笔记 178 篇，带动 UGC 自然增长 127 篇，并收获 270.4 万的用户浏览；

品牌官方账号在投放期间，产出笔记 4 篇，收获粉丝增长 4134 人；

通过社区投放，七夕期间，katespade（新开）店铺，收获访客数 33,247 人，吸引用户点击浏览 47,120 次，作为千元客单价的轻奢单品，产品首次推出便在小红书内售罄率高达 50%以上，店铺转化效果好，客单价提升明显。

5-6月

7-8月

- 明星笔记
- 用户反馈
- KOL笔记
- 用户反馈
- 明星笔记
- 用户反馈
- KOL笔记
- 用户反馈

内容方向：单品推荐

内容方向：情人节送礼

内容方向：单品推荐

内容方向：时尚穿搭



请点击观看视频链接：  
<https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/5cd951530000000002018b27?hshare=CopyLink&appid=5411ba92a84c4d678c05b0878&appTime=1570791179>



请点击观看笔记链接：  
<https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/5cd9287b000000000002187f?hshare=CopyLink&appid=5411ba92a84c4d678c05b0878&appTime=1570791511>



请点击观看视频链接：  
<https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/5cd383c0b000000002102710?hshare=CopyLink&appid=5411ba92a84c4d678c05b0878&appTime=1570790954>



请点击观看笔记链接：  
<https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/5cd2646600000000020116d6?hshare=CopyLink&appid=5411ba92a84c4d678c05b0878&appTime=1563194381>